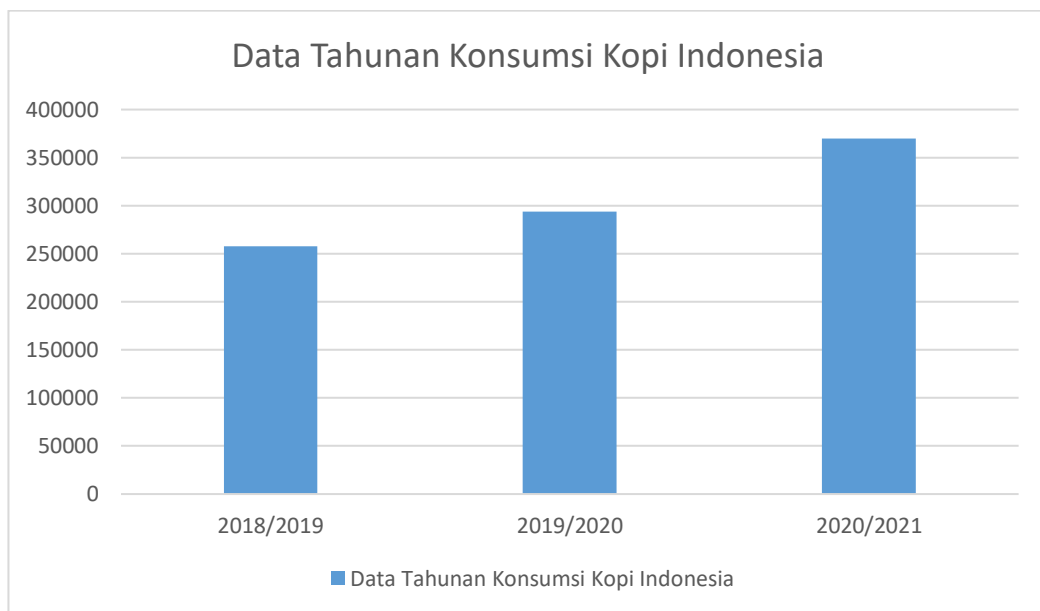


BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan umkm di Indonesia saat ini sudah berkembang pesat. Salah satu bidang umkm yang sudah berkembang di Indonesia adalah *coffee shop*. Menurut Kompas.com kopi merupakan salah satu barang dagangan yang banyak memiliki peminat. Kopi menjadi salah satu minuman populer yang banyak digemari dari berbagai kalangan.



Gambar I. 1 Data Konsumsi Kopi

Menurut Global Agricultural Information Network menunjukkan konsumsi kopi pada 2018/2019 mencapai 258.000 ton. Sedangkan pada tahun 2019/2020 konsumsi kopi mencapai 294.000 ton atau meningkat sekitar 13.9%. Selanjutnya, Global Agriculture Information Network memperkirakan bahwa konsumsi kopi di Indonesia akan naik lagi menjadi 370.000 ton. Produksi kopi semakin pesat sehingga tidak menutup kemungkinan para pengusaha bisa membuka usaha *coffee shop* (dataindonesia.id, 2022).

Menurut Ario Fajar yang merupakan *Head of Marketing* Toffin mengatakan bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia meningkat secara pesat dalam tiga tahun terakhir (sindonews.com, 2019). Hasil riset menunjukkan jumlah kedai kopi di

Indonesia pada bulan agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai meningkat hampir mendekati tiga kali lipat dibandingkan 2016 yang hanya sekitar 1000 gerai. Menurut Ario fajar di tahun 2020 bisa semakin meningkat karena banyak dari berbagai kalangan yang gemar akan kopi.

Coffee shop merupakan salah satu sektor industri makanan dan minuman yang terus berkembang sampai saat ini. *Coffee shop* menyajikan kopi dan makanan ringan yang juga menyediakan fasilitas duduk dan area bersantai bagi pelanggan. *Coffee shop* telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa *coffee shop* juga memiliki fasilitas tambahan seperti *Wi-Fi*, terminal listrik yang cukup banyak, ruang rapat, dan ada beberapa permainan yang bisa dimainkan bersama-sama.

BunkerBrew merupakan salah satu perusahaan industri di bidang makanan dan minuman yang memfokuskan diri ke *coffee shop*. BunkerBrew baru terbentuk kurang lebih satu tahun dan fokus pada target pasar yaitu mahasiswa dan para pekerja. BunkerBrew memiliki beberapa fasilitas tambahan seperti *Wi-Fi*, *bluetooth speaker*, dan permainan kartu untuk dimainkan bersama-sama.

Pada BunkerBrew ini masih kalah dalam persaingan dikarenakan terdapat kekurangan terutama dalam mengintegrasikan sistem operasi pada bagian pemesanan. Terdapat permasalahan seperti saat BunkerBrew ramai pengunjung dapat menyebabkan antrian panjang dan ramainya orderan sampai membuat barista kewalahan. Sistem order yang dilakukan juga masih manual seperti menulis nama pengunjung di menu yang dipesan. Sedangkan menurut Dearden yang di terjemahkan oleh Agus Maulana dalam bukunya yang berjudul “Sistem Pengendalian Manajemen” (Agus Maulana, 2005), pengertian efisiensi adalah kemampuan suatu unit organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Efisiensi selalu dikaitkan dengan tujuan organisasi yang harus dicapai oleh instansi.

Selain itu pada Bunker Brew memiliki permasalahan pembayaran yang kurang fleksibel yang dialami oleh pelanggan. Selain pembayaran tunai metode pembayaran lainnya hanya menggunakan transfer bank yang dimana jika pelanggan menggunakan bank yang berbeda akan dikenakan biaya admin. Bank

Indonesia pernah mencatat nilai transaksi uang elektronik naik dua kali lipat menjadi Rp31,66 triliun dari Januari hingga September 2018 dibandingkan tahun 2017 (Koran Sindo, 2018). Maka dari itu penggunaan uang non tunai lebih efektif sebagai alat pembayaran di era saat ini.

Di era yang semakin hari semakin modern perkembangan *E-Commerce* di industri kopi juga mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan tren globalisasi minuman kopi dan meningkatnya permintaan dari konsumen. *E-Commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut tentang konsumen, penyedia layanan, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet (Hotana, 2018). Teknologi mempunyai peran penting dalam penggunaan digital platform oleh usaha mikro atau kecil. Bisnis mikro atau kecil dapat menjangkau konsumen di berbagai daerah dengan meningkatnya aksesibilitas produk, dan membuka peluang pertumbuhan yang tak terbatas dengan menggunakan platform *E-Commerce* (Ramadhan dan lainnya, 2020). Namun, penting bagi bisnis untuk menyadari bahwa antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) sangat penting untuk keberhasilan yang berkelanjutan dalam dunia *e-commerce*.

User Interface adalah seperangkat alat atau elemen yang digunakan untuk memanipulasi objek digital (Roth, 2017). Sedangkan *User Experience* adalah persepsi atau pengalaman seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa (Sulistiyono & Nurwandari, 2019). Desain *User Interface* yang baik dapat mencakup tata letak dan beberapa elemen estetika yang membuat tampilan semakin menarik dan dapat membuat *website* atau aplikasi yang memberikan informasi yang dapat membantu. *User Experience* yang memiliki nilai positif sangat mempengaruhi pengalaman dan kesetiaan pelanggan terhadap *website* atau aplikasi yang dibuat.

Jika memiliki *user interface* dan *user experience* yang buruk akan merugikan pihak pengusaha dikarenakan pelanggan tidak senang terhadap produk yang diberikan. Oleh karena itu untuk perancangan *user interface* dan *user experience* perlu untuk mempertimbangkan tipe kepribadian pengguna. DISC merupakan instrumen yang mendasarkan pengukuran pada perilaku manusia yang dapat

diobservasi. DISC memiliki empat kepribadian yaitu *Dominance* (dominan), *Influence* (Berpengaruh), *Steadiness* (stabil), dan *Compliance* (Pemikir) (Bonnstetter, 2011). Dengan menggunakan tipe kepribadian DISC setiap orang memiliki respon otak yang disebut *visual evoked potential* (VEP), yang digunakan untuk memvalidasi tipe kepribadian. Sangat penting untuk memperhatikan persamaan VEP antara orang dengan tipe kepribadian yang sama karena sebanyak 93,75 VEP dapat dikelompokkan berdasarkan tipe kepribadian (Perdana dan lainnya., 2021). Oleh karena itu, tipe kepribadian pengguna dapat digunakan sebagai *user persona* untuk membagi pengguna berdasarkan kebutuhan tiap individu.

Dengan menggunakan metode *design thinking* tim pengembang dapat memahami preferensi dan kecenderungan perilaku pengguna yang berbeda. Tahapan pada *design thinking* yaitu *emphatize* memiliki tujuan untuk memahami pengguna, merasakan pengalaman pengguna, dan mendefinisikan masalah secara mendalam dari pengguna.

Setelah berdiskusi dengan pemilik perusahaan sepakat untuk melakukan digitalisasi terhadap *coffee shop* Bunker Brew. Dengan menggunakan digitalisasi dapat membuat sistem pemesanan melalui situs web bukan dalam aplikasi agar mempermudah pelanggan dalam mengakses web dari *handphone* pelanggan. Dibantu dengan memperhatikan unsur tipe kepribadian DISC berfokus kepada tipe *Influence* pada tampilan *website* diharapkan pelanggan yang bertipe kepribadian *Influence* terbantu akan permasalahan yang ada.

I.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah:

- a) Bagaimana cara menciptakan suatu sistem yang dapat mendukung BunkerBrew dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya?
- b) Bagaimana mendesain *User Interface* dan *User Experience E-Commerce* BunkerBrew berdasarkan karakteristik tipe kepribadian *influence*?
- c) Bagaimana cara menciptakan sistem penjualan yang berjalan dengan efisien dan efektif ?

- d) Bagaimana cara mengembangkan sebuah aplikasi sesuai dengan kebutuhan serta memberikan manfaat yang signifikan bagi pemilik perusahaan?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a) Membantu BunkerBrew untuk mengatasi tantangan persaingan dalam dunia bisnis.
- b) Mendesain *User Interface & User Experience E-Commerce* untuk BunkerBrew yang sesuai dengan karakteristik tipe kepribadian *Influence*
- c) Menciptakan sistem penjualan yang berjalan dengan efisien dan efektif
- d) Mengembangkan sebuah aplikasi sesuai dengan kebutuhan serta memberikan manfaat yang signifikan bagi pemilik perusahaan

I.4 Batasan Penelitian

Adapun hal-hal yang menjadi batasan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Sasaran pengguna *website* ini adalah pelanggan *coffee shop* BunkerBrew
2. Perancang desain *website* menggunakan metode *design thinking*
3. Melalui aplikasi ini dapat melakukan pemesanan minuman dan makanan di *coffee shop* BunkerBrew.
4. Desain ini dibuat dengan menggunakan tipe kepribadian *user* DISC bertipe *Influence*.
5. Hasil akhir dari penelitian ini hanya dalam bentuk *prototype* , pengembangan lebih lanjut akan dilakukan oleh pihak BunkerBrew.
6. Pembuatan *website* ini difokuskan untuk penggunaan melalui *smartphone*, tidak termasuk pembuatan untuk versi *desktop*.
7. Hasil dari *website* yang telah dibuat tidak termasuk *hosting*.
8. Penelitian ini berfokus kepada *User Interface & User Experience* pelanggan tidak dengan pegawai BunkerBrew.
9. *Prototype* ini hanya dapat digunakan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara *dine-in* di BunkerBrew

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini:

1. Bagi pemilik perusahaan, penelitian ini bermanfaat dalam membantu perusahaan menjadi lebih baik dan mengetahui keluhan dan kebutuhan *customer*.
2. Bagi pelanggan, penelitian ini bermanfaat dalam efisiensi dan kepraktisan dalam proses pembelian produk.
3. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat karena dapat mengetahui bagaimana perancangan *User Interface* dan *User Experience* di *website* menggunakan metode *design thinking*

I.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan pada penelitian ini terdiri dari enam bab dengan isi pembahasan sebagai berikut.

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas permasalahan yang dimiliki oleh BunkerBrew adalah dalam mengintegrasikan sistem operasi pada bagian pemesanan. Setelah itu, terdapat pengerucutan masalah pada rumusan masalah dan dilanjutkan dengan tujuan, manfaat, asumsi, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas tinjauan pustaka yang digunakan untuk merancang solusi dari permasalahan yang ada pada bab I. Tinjauan Pustaka yang digunakan pada penelitian ini merupakan *Website*, *E-Commerce*, *User Interface*, *User Experience*, dan lain sebagainya. Pada bab ini juga menjelaskan tentang perangkat lunak yang digunakan untuk merancang solusi dari penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas tentang model konseptual dan sistematis penelitian. Metodologi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking*.

BAB IV Analisis dan Perancangan

Bab ini membahas mengenai isi tahapan dari metode *design thinking* yaitu tahap *emphatize*, tahap *define*, dan tahap *ideate*.

BAB V Implementasi dan Pengujian

Bab ini membahas tentang isi dari tahapan metode *design thinking* yaitu *prototype* dan *testing*.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan kepada BunkerBrew. Adapun saran dari penelitian yang sudah dilakukan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik.